

## Pressemitteilung

Positive Markenentwicklung im ersten Halbjahr 2011

### **Rasanten Wachstum bei Romina Mineralbrunnen**

**Reutlingen, 16. August 2011. Romina Mineralbrunnen konnte im ersten Halbjahr 2011 ein Absatz-Plus von 12% verzeichnen. Damit liegt der Reutlinger Brunnen deutlich über dem Branchendurchschnitt. Vor allem die beiden Marken EiszeitQuell und SilberBrunnen legten weiter zu. Umfangreiche Marketingaktivitäten und der Ausbau der Distribution trugen zu dieser Entwicklung bei.**

Im ersten Halbjahr 2011 entwickelte sich der Absatz von Romina mit einem Plus von 12% sehr positiv und lag damit über dem Branchendurchschnitt. Die Mineralbrunnen im Südwesten insgesamt steigerten sich im Vergleichszeitraum um 8,5%<sup>1</sup>. „Unser Marktvorsprung in der ersten Jahreshälfte lässt sich aus unserer Sicht vor allem auf erhöhte Marketingaktivitäten und den Distributionsausbau für unsere Marken EiszeitQuell und SilberBrunnen zurückführen“, erklärt Geschäftsführer Achim Jarck. „Natürlich kam uns – wie allen Mineralbrunnen – auch der überdurchschnittlich warme Frühling zugute, der die Abverkäufe zusätzlich anregte.“ Im Juli musste Romina durch die unterdurchschnittlichen Temperaturen rund 20% Einbußen gegenüber dem Vorjahr hinnehmen.

Vor allem in den Randbereichen des Vertriebsgebiets von EiszeitQuell wie der Vorderpfalz, dem Saarland, Südhessen und Westbayern konnte Romina die Marktpräsenz ausbauen. „Wir freuen uns besonders darüber, dass unsere verstärkten Vertriebsaktivitäten gut gegriffen haben und wir auch Verbraucher außerhalb Baden-Württembergs für unsere Marken gewinnen konnten“, so Achim Jarck.

---

<sup>1</sup> Quelle: Verband Deutscher Mineralbrunnen

### **EiszeitQuell und SilberBrunnen am Markt erfolgreich**

Laut Marktforschungsinstitut Nielsen steht EiszeitQuell 2010 auf Platz zwei im Segment der PET-Premium-Mineralwässer in Baden-Württemberg. Bei den Einwegverpackungen belegt EiszeitQuell im dritten Jahr in Folge sogar Platz eins der baden-württembergischen Premium-Mineralwässer<sup>2</sup>. EiszeitQuell generiert 20% des Mineralwasser-Einweg-Markts im gehobenen Preissegment in der Region – und dies, obwohl der Reutlinger Mineralbrunnen klar auf Mehrwegkasten gebundene Systeme setzt.

Die Sorte EiszeitQuell + Bio-Apfel konnte 2010 mit über 60% Marktanteil ihre Position als Marktführer im Segment der Bio-Schorlen in Baden-Württemberg behaupten – entgegen dem allgemein rückläufigen Trend bei Schorlen (-10% laut GfK-Consumer Report). Im Kernsortiment von EiszeitQuell hat insbesondere die Sorte „EiszeitQuell sanft perlend“ vom allgemeinen Trend hin zu kohlenäurereduzierten Mineralwässern profitiert und entwickelte sich überdurchschnittlich gut. Zuwächse werden insbesondere mit der Convenience-Variante 6 x 0,5-Liter-Einweg erzielt.

Erfreulich ist ebenfalls, dass die regionale Marke SilberBrunnen, angesiedelt im Mittelpreissegment, wieder Zuwachs verzeichnete. „Die Verbraucher greifen verstärkt zu regionalen Marken. Wir gehen daher davon aus, dass der Positivtrend für EiszeitQuell und SilberBrunnen weiter anhält“, erläutert Achim Jarck.

### **Engagement in Baden-Württemberg**

„Als regionaler Brunnen fühlen wir uns den Menschen der Region verpflichtet. Wir engagieren uns daher seit vielen Jahren für Projekte und Initiativen in Reutlingen und Baden-Württemberg“, betont Achim Jarck. Den Reutlinger Grund-, Haupt- und Werkschulen stellte Romina Mineralbrunnen im vergangenen Schuljahr kostenlos EiszeitQuell zur Verfügung. Ziel war es, die Kinder und Jugendlichen zu einem gesunden Trinkverhalten anzuhalten und die Eltern zu entlasten. 2011 erfüllen EiszeitQuell und ANTENNE 1 bereits im fünften Jahr Träume von Kindern aus Baden-Württemberg. Jedes Jahr fließen im Aktionszeitraum zehn Cent pro verkaufter Kiste EiszeitQuell, EiszeitQuell +

---

<sup>2</sup> >0,40 Euro/Liter

Bio-Apfel und EiszeitQuell + Bio-Apfel-Kirsch-Holunder in den Aktions-Fördertopf. In den letzten Jahren kamen so über 300.000 Euro für die Erfüllung von großen und kleinen Kinderträumen zusammen. Auch im nächsten Jahr werden wieder zahlreiche Wünsche wahr gemacht.

## **Weiteres Wachstum angestrebt**

Für 2011 strebt Romina Mineralbrunnen nachhaltiges Wachstum an. „Wir wollen weitere Potenziale in unserem Vertriebsgebiet nutzen und den positiven Trend des ersten Halbjahres fortsetzen“, sagt Geschäftsführer Achim Jarck. „Unser Ziel ist es, 2011 trotz des verregneten Sommers ein Mengenwachstum von 6 bis 7% nach Litern zu erzielen.“

## **Ansprechpartner:**

Romina Mineralbrunnen GmbH und Co. KG  
Meike Rödler  
Germanenstraße 21  
72768 Reutlingen  
Telefon: 07121/ 9615-17  
Fax: 07121/ 9615-50  
E-Mail: [meike.roedler@romina.de](mailto:meike.roedler@romina.de)

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH  
Victoria Pfaff  
Rheinuferstraße 9  
67061 Ludwigshafen  
Telefon: 0621/ 963600-28  
Fax: 0621/ 963600-128  
E-Mail: [v.pfaff@agentur-publik.de](mailto:v.pfaff@agentur-publik.de)